



PLANO DIRETOR DE TURISMO SUSTENTÁVEL CASTILHO (SP)

VOLUME 2

Pesquisa de Demanda Turística

Ano base 2014



A3P
AGENDA AMBIENTAL NA
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA



www.castilho.sp.gov.br/turismo

2018

CASTILHO – PARAÍSO DO PESCADOR E DA PESCA SUSTENTÁVEL
"PAPEL RECICLADO: CASTILHO CUIDANDO DO MEIO AMBIENTE"



TÁCITO Consultoria Ambiental e Turística

MUNICÍPIO DE CASTILHO (SP)

Praça da Matriz, 247

CEP 16920-000, Castilho (SP)

(18) 3741.9000

www.castilho.sp.gov.br | turismo@castilho.sp.gov.br

Aparecida de Fátima Gavioli Nascimento – *Prefeita*

Sebastião Reis de Oliveira – *Presidente da Câmara de Vereadores*

Sidnei Carlos Santos Bonfim Ferreira – *Presidente COMTUR*

Equipe Técnica

Allan Oliveira Tácito

Administrador de Cidades

Especialista em Gestão Ambiental

Especialista em Gestão de Recursos Hídricos

Erika Domingues Caldeira

Turismóloga



TÁCITO Consultoria Ambiental e Turística

CNPJ 22.508.254/0001-58

(18) 99744.1452 | allanot@gmail.com



TÁCITO Consultoria Ambiental e Turística

Prestador especializado em segmentos turísticos

CADASTUR / Ministério do Turismo nº 26.073820.75.0001-9

CNPJ 22.508.254/0001-58

+55 (18) 99744.1452

allanot@gmail.com

allantacito.wixsite.com/consultoria



CASTILHO – PARAÍSO DO PESCADOR E DA PESCA SUSTENTÁVEL
"PAPEL RECICLADO: CASTILHO CUIDANDO DO MEIO AMBIENTE"



TÁCITO Consultoria Ambiental e Turística

Sumário

1.	Demanda turística	04
2.	Destinos turísticos da região – concorrentes	27
3.	Posicionamento de Castilho	28
4.	Análise da publicidade e propaganda	29
5.	Conclusão	30
	Referências	31



1. DEMANDA TURÍSTICA

A análise da demanda e mercados tem a finalidade de conhecer melhor o perfil de quem já visita o município de Castilho. Para tanto, são analisados dados secundários (levantados em documentos e pesquisas já realizadas) e dados primários (obtidos por meio de trabalho em campo) de forma quantitativa e qualitativa. Serão analisados também os mercados e demanda potenciais, ou seja, que poderiam visitar a cidade, mas ainda não o fazem.

A produção de informações consistentes sobre o Turismo deve ser o ponto de partida para o planejamento, formulação de políticas e tomadas de decisão pelos envolvidos no setor. Tendo em vista a preocupação em fornecer informações mais específicas sobre a escala municipal a Prefeitura de Castilho vem realizando ações para conhecer melhor a característica do turismo na cidade.

O Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) em parceria com a Associação Comercial e Industrial de Castilho (ACIC) e a Associação de Ensino e Cultura de Mato Grosso do Sul (AEMS) que é formada pelas Faculdades Integradas de Três Lagoas elaboraram o ESTUDO DE DEMANDA TURÍSTICA DE CASTILHO. O estudo objetivou apresentar informações sobre o perfil e o comportamento de turistas e excursionistas que visitam o município. Igualmente, buscou coletar dados para serem utilizados pelo poder público e pela iniciativa privada no desenvolvimento de diretrizes ao fomento da atividade turística na região.

Como resultado, a pesquisa permite, além da atualização da base de dados existente, gerar maior conhecimento sobre o mercado turístico local, especialmente sobre a dinâmica com que o turista escolhe produtos e serviços no destino. Além de subsidiar projetos de cunho estruturante e mercadológico, o estudo da demanda permite mensurar os impactos econômicos, orientar a política setorial, adequar a oferta ao público alvo e, por fim, possibilitar a atração de novos investimentos, movimentando a economia local.

Para a coleta dos dados foi utilizado um questionário padronizado, tomando como parâmetros as normas da Organização Mundial de Turismo (OMT) e seguindo a metodologia de pesquisa quantitativa e qualitativa. Determinou-se primeiramente uma tipologia para as pessoas que participaram da pesquisa:



- **abordado:** pessoa que se encontrava na área do evento realizado;
- **turista:** aquele que após ser abordado foi classificado como, pois cumpria com os requisitos não ser residente e ter gerado pelo menos um pernoite no município;
- **excursionista:** aquele que foi classificado como não residente e permaneceu no município de 4h a 18h, sem gerar pernoite;
- **passante:** aquele que utilizava o município apenas como ponto de passagem, ou seja, não permanecendo nem o mínimo necessário para ser considerado excursionista;
- **residente:** forma considerados aqueles com residência fixa em Castilho, além dos que tiverem permanência na cidade superior a três meses.

Assim, dentro desta classificação foram abordados somente os se enquadravam na categoria de turistas, excursionista e passante durante as seguintes etapas:

1ª Etapa – Média Temporada: época da Festa do Pescador, realizada em **agosto de 2014;**

2ª Etapa – Alta Temporada: época de sol e calor, os ranchos do Rio Paraná é a atração mais procurada pelo turista, realizada em **janeiro e dezembro de 2014;**

3ª Etapa – Baixa Temporada: época do frio, realizada em **junho de 2014;**

Foi aplicado o questionário aos **1.000 turistas** que passaram pelos seguintes locais: Parque Estadual do Aguapeí, Represa de Jupιά, Praça Lizete Bispo dos Santos, Festa do Pescador, Rio Paraná (Ranchos) e Usina Jupιά.

Após a realização das tabulações, seguem os resultados:



1.1. Questionário utilizado na pesquisa de demanda turística

FORMULÁRIO DE PESQUISA – DEMANDA TURÍSTICA – CASTILHO (SP)

Data: ____/____/____

Cidade de procedência:

Idade: 18 a 24 25 a 34 35 a 49 50 e 64 65 ou mais

Profissão:

Motivo da viagem:

Visita a parentes e amigos Negócios Compras Lazer
Eventos Outros

Forma de viajar: Só Com a família Em grupo Excursão

Transporte: Automóvel Ônibus de linha Ônibus de excursão
Carona Outros

Hospedagem: Casa de parentes/amigos Hotéis
Ranchos/Casas de veraneios Outros

Quanto tempo pretende ficar? 1 dia 2 dias 3 dias 4 dias
5 dias Mais de 5 dias

Renda mensal: Até R\$500 R\$501 a R\$1000 R\$1001 a 2000
R\$2001 a 3000 R\$3001 a 5000 Acima de R\$5001

Gasto diário: R\$

Hospedagem R\$

Alimentação R\$

Lazer R\$

Compras R\$

Primeira vez na cidade? SIM NÃO

Voltaria novamente? SIM NÃO

Teve suas expectativas atendidas?

Superou Atendeu Atendeu em partes Frustrou

Visitou algum atrativo? NÃO

SIM QUAL?



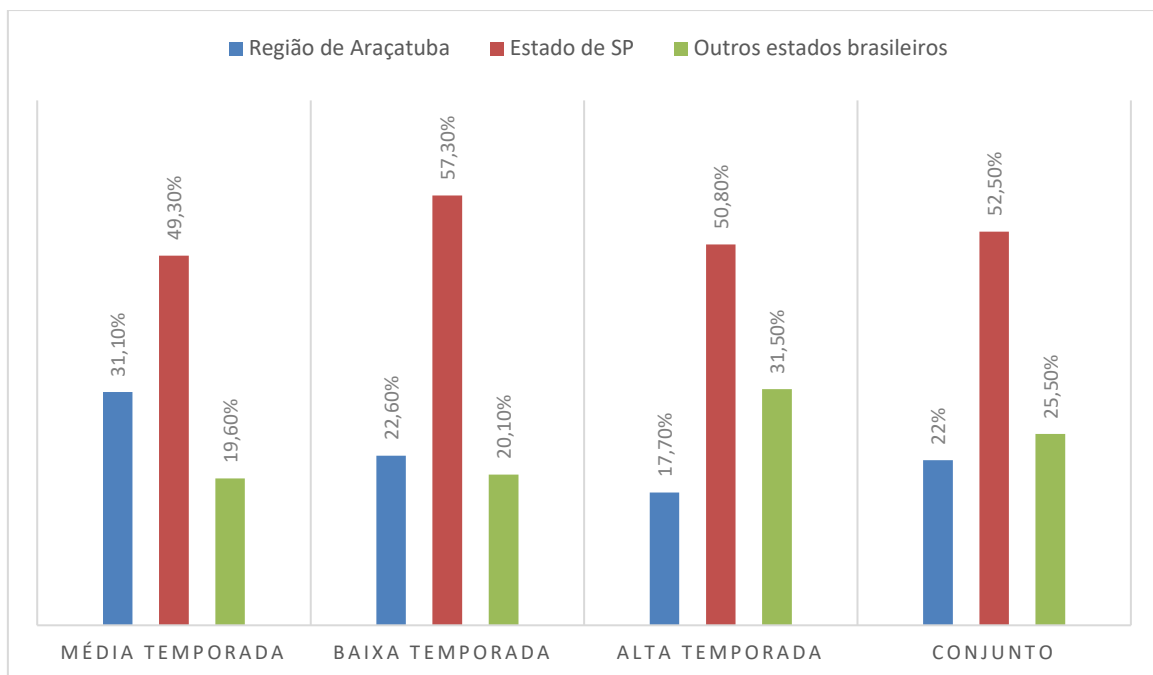
TÁCITO Consultoria Ambiental e Turística

Infraestrutura turística:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Infraestrutura urbana:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Atendimento médico:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Atendimento na rodoviária:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Bares e restaurantes:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Comércio:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Comunicação:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Diversão noturna:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Hospitalidade da comunidade:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Informações turísticas:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Limpeza pública:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Rodovias de acesso:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Segurança pública:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Serviços de hotel:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Sinalização urbana:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Sinalização turística:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Serviços de taxi:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>
Vias urbanas:	Ótima <input type="checkbox"/>	Boa <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Ruim <input type="checkbox"/>

1.2 Residência

Em relação à procedência da demanda turística de Castilho, o estudo apontou que 22% dos entrevistados são oriundos da região de Araçatuba, 52,5% são residentes no Estado de SP e 25,5% residem em outros estados brasileiros.

Gráfico 01 – Residência permanente, segundo os agrupamentos



Com relação aos municípios brasileiros, foi identificado que os três principais núcleos emissores de turistas de Castilho compreendem: São Paulo (SP) com 9,8%, Andradina (SP) com 9,3% e Três Lagoas (MS) 4,4%, representando 23,5% da demanda turística local.

No âmbito regional, a região Sudeste do Brasil desponta com 25,4% e a região Sul 16,6%.



Tabela 01 – Regiões de residência permanente dos turistas, por etapa de pesquisa

Residência Permanente	Períodos / Temporadas			Total
	Média	Baixa	Alta	
Araçatuba	0,9	0,9	0,6	0,8
Andradina	1,3	0,4	0,3	0,5
Pereira Barreto	1,2	1,1	0,3	0,8
Andradina	0,3	0,3	0,1	0,2
São Paulo	13,5	7,8	8,4	9,1
Campinas	2,5	2,4	2	2,2
Noroeste	3,1	2,1	1,8	2,2
Norte	4,6	5,7	2,7	4,1
Oeste	3	1,5	1,3	1,7
Sudoeste	0,7	0,4	0,2	0,4
Estado de São Paulo	31,1	22,6	17,7	22
Nordeste / BR	4,5	5	4,2	4,5
Norte / BR	0,9	1,9	2	1,7
Sudeste / BR	23,2	26	25,9	25,4
Sul / BR	15,8	18,7	15,5	16,6
Brasil	49,3	57,3	50,8	52,5

No Estado de São Paulo, quando se trata do fluxo de turístico para Castilho, os números mais expressivos compreendem aqueles da região metropolitana de São Paulo.

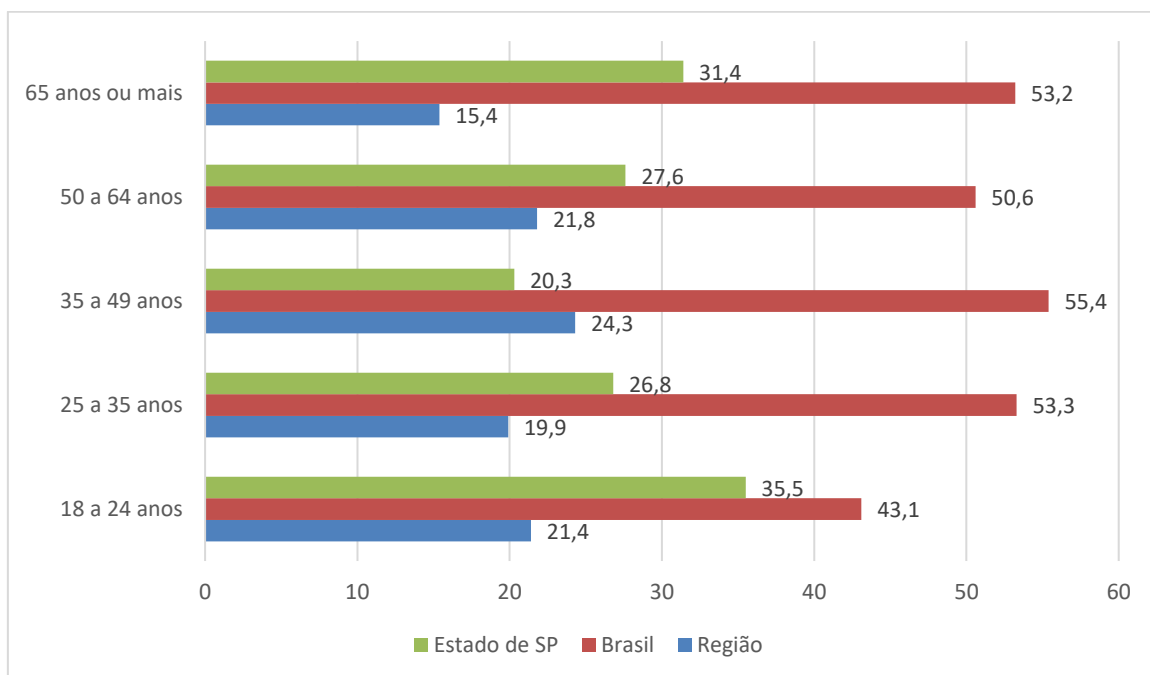
1.3 Idade

Atraindo turistas de diversas faixas etárias, o estudo demonstrou que Castilho não apresenta uma categoria predominante. Dentre as faixas etárias pesquisadas a presença de turistas com idade entre 35 e 49 anos alcançou 37,6% dos entrevistados, seguida pelos turistas com idade entre 25 e 34 anos (26,6%) e os de idade entre 50 e 64 anos, com 22,0%.

Tabela 02 – Faixas etárias dos turistas entrevistados, segundo as regiões de residência

Residência	Etária (em anos %)					Total
	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	65 ou mais	
Permanente						
Cidades da região	20,3	16,9	47,5	11,9	3,4	100
Região de Três Lagoas - MS	22,2	22,2	33,4	22,2	0	100
São Paulo Capital	4,3	25,6	42,6	24,1	3,4	100
Noroeste e Norte / SP	8,3	23,6	39,5	24,8	3,8	100
Oeste e Sudeste / SP	12,7	24,4	41,5	19	2,4	100
Estado de SP	9,1	24,1	41,8	21,9	3,1	100
Centro Oeste / BR	11,7	29,2	33,1	22,1	3,9	100
Nordeste / BR	6,3	35	37,4	20	1,3	100
Norte / BR	12,9	24,2	37,1	22,6	3,2	100
Sudeste / BR	8	25,9	39,1	21,7	5,3	100
Sul / BR	6	26	43,2	20,5	4,3	100
Brasil	7,7	26,9	39,7	21,2	4,5	100
Total	9,4	26,6	37,6	22	4,4	100

Gráfico 02 – Procedência dos turistas, segundo faixas etárias



1.4 Ocupação

Dentre os entrevistados, os grupos profissionais que mais se destacaram foram os vendedores e prestadores de serviço do comércio, com índice de 14,9% do total. Destes, 49,0% viajaram a lazer, enquanto 26,6% viajaram a negócios.

Outras categorias profissionais que tiveram significativa presença como turista no município foram: profissionais das ciências exatas (8,1%), dirigentes, gerentes, empresários e industriários (7,5%) e profissionais do ensino (7,5%), todos motivados primeiramente pelo turismo e depois por negócios. Dentre as pessoas que responderam ser estudantes, 50,5% residiam no Estado de São Paulo.

Tabela 03 – Ocupação dos turistas em Castilho, por motivo da viagem

Ocupação	Motivo da Viagem %						
	Parentes/Amigos	Negócios	Compras	Lazer	Evento	Outro	Total
Dirigentes, gerentes, empresários e industriários.	7,9	22,2	4,1	62,4	0,8	2,6	100
Aposentados	17,4	3,7	8,2	62,6	4,1	4	100
Profissionais de ciências biológicas, bioquímica, saúde e afins.	11,2	8,6	5,2	66,8	4,7	3,5	100
Trabalhadores de serviços administrativos	10,3	15,4	5,7	64	2,3	2,3	100
Vendedores e prestadores de serviços do comércio	11,2	25,4	11,8	47,1	0,9	3,6	100
Estudantes	17,5	0,5	3,9	68	4,9	5,2	100
Profissionais das ciências exatas, física, química e da engenharia.	9,1	19,6	3,2	63,5	3,5	1,1	100
Funcionários públicos e militares	8	17,4	6,5	63,7	2,5	1,9	100
Técnico de nível médio	13,2	15,8	7	57,9	3,5	2,6	100
Do lar	36,2	1,4	1,4	52,9	5,1	3	100
Profissionais de ensino	10,6	5,7	4,2	70,9	4,2	4,4	100
Profissionais das ciências	8,4	14,1	4	64,7	6,8	2	100
Autônomo	15,3	22	15,3	41,3	2,7	3,4	100
Outras ocupações	21	12,4	10,4	49,3	1,8	5,1	100
Total	13,7	14,2	7	58,6	3,1	3,4	100

A análise dos grupos profissionais e sua classificação conforme a região de origem demonstra que, entre os aposentados, 32,9% são oriundos da região Sudeste do Brasil. Desta mesma região provém a maior parte dos técnicos de nível médio, com índice de 40,4%.

Entre o funcionalismo público tiveram destaque os residentes no Noroeste Paulista, com percentual de 40,9%. Igualmente, tiveram boas representatividades do Estado de São Paulo, com 39,9% e 32,5%, o grupo dos vendedores e da categoria Do Lar.

Tabela 04 – Grupos profissionais dos turistas para Castilho

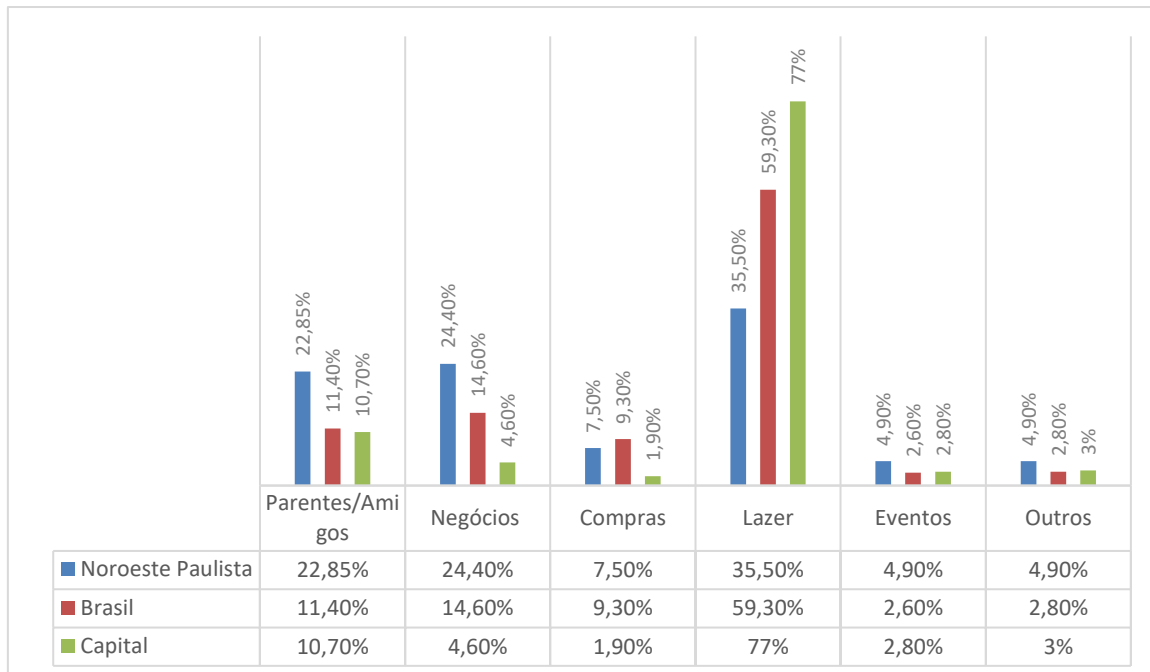
Ocupação	Temporadas (%)			
	Média	Baixa	Alta	Total
Vendedores e prestadores de serviços	14,4	17	13,6	14,9
Dirigentes, gerentes, empresários e	7,7	7,6	8,5	8,1
Profissionais de ensino	2,2	11,8	6,7	7,5
Profissionais das ciências	4,9	3,2	11,4	7,5
Profissionais de ciências biológicas	10,4	4,1	7,7	7
Estudantes	4,3	6,4	7,6	6,6
Aposentados	7,6	6,7	5,3	6,2
Estudantes	3,9	4,5	7,5	5,8
Funcionários públicos e militares	6	5,7	5,6	5,7
Trabalhadores de serviços administrativos	6,3	4,6	4,7	4,9
Autônomo	7,3	4,8	2,7	4,2
Do lar	2,7	4	4,3	3,9
Técnico de nível médio	3,7	3,5	2,9	3,2
Outras ocupações	18,6	16,1	11,5	14,5
Total	100	100	100	100

1.5 Motivo da viagem

Considerando-se os atrativos existentes em Castilho e sua potencialidade em relação ao turismo, identificou-se que 63,1% dos entrevistados visitaram atrativos durante a permanência no destino.

Dentre os entrevistados que visitaram os atrativos turísticos, 28,8% são residentes no Sudeste do Brasil e 33,5% nas demais regiões.

Gráfico 3 – Procedência dos turistas, segundo motivo da viagem



Embora seja o lazer o principal motivador de viagem, alcançando 58,6% dos entrevistados, os negócios realizados em Castilho têm motivado significativamente o deslocamento dos visitantes, com índice de 14,2%.

Tabela 05 – motivo da viagem, segundo as regiões de residência em Castilho

Residência	Motivo da Viagem (%)						Total
	Parentes / Amigos	Negócios	Saúde	Lazer	Evento	Outro	
Permanente							
Cidades da região	20,3	20,3	8,5	33,9	11,9	5,1	100
Região de Três Lagoas - MS	40,7	11,1	7,4	22,2	3,7	14,9	100
São Paulo Capital	46,2	22,2	8,4	15,6	4,5	3,1	100
Noroeste e Norte / SP	21,7	28,7	8,9	31,2	5,1	4,4	100
Oeste e Sudeste / SP	33,5	27,7	4,9	23,8	3,4	6,7	100
Estado de SP	22,8	24,4	7,5	35,5	4,9	4,9	100
Centro Oeste / BR	12,3	17,4	7,1	54,2	1,9	7,1	100
Nordeste / BR	5,6	11,2	9,3	64,6	5	4,3	100
Norte / BR	12,9	25,8	1,6	32,3	16,1	11,3	100
Sudeste / BR	9,2	13,1	6,9	66,7	2,5	1,6	100
Sul / BR	15,9	15,7	14,4	50,8	0,7	2,5	100
Brasil	11,4	14,6	9,3	59,3	2,6	2,5	100

* Os abordados que procuraram a cidade por motivos de saúde, são os buscadores de calmaria, que se disseram portadores de depressão.



1.6 Forma de viajar

Os turistas de Castilho visitam a cidade preferencialmente com a família, com índice de 49,9% e predominância desta categoria na maioria das regiões de residência dos entrevistados. Dentre os turistas pesquisados, 26,9% viajaram sozinhos enquanto 19,5% viajaram em grupo e 3,7% em excursão.

Tabela o6 – Forma de viajar dos turistas, segundo grupos de residência permanente em Castilho

Residência	Formas de Viajar (%)			
	Só	Com família	Em grupo	Excursão
Permanente				
Cidades da região	20,3	54,3	22	3,4
Região de Três Lagoas - MS	40,7	44,5	11,1	3,7
São Paulo Capital	32,7	47,2	18	2,1
Noroeste e Norte / SP	38,9	42	19,1	0
Oeste e Sudeste / SP	45,1	42,3	12,1	0,5
Estado de SP	36,6	45,2	16,8	1,4
Centro Oeste / BR	32,3	46,2	18,7	2,6
Nordeste / BR	32,3	45,4	18	4,3
Norte / BR	37,1	37,1	22,6	3,2
Sudeste / BR	24,3	54,4	19,3	2
Sul / BR	24,2	57,9	17,4	0,5
Brasil	26	53,5	18,7	1,8

Em todos os casos e, percebeu-se forte tendência nas viagens em família.

1.7 Época do ano de preferência para viagem de lazer

Buscando saber quais são os períodos de maior incidência de viagens de lazer, foram identificados os meses de Janeiro, Julho e Dezembro, conforme aponta o gráfico a seguir.

Gráfico 04 – Época do ano em que costuma viajar a lazer

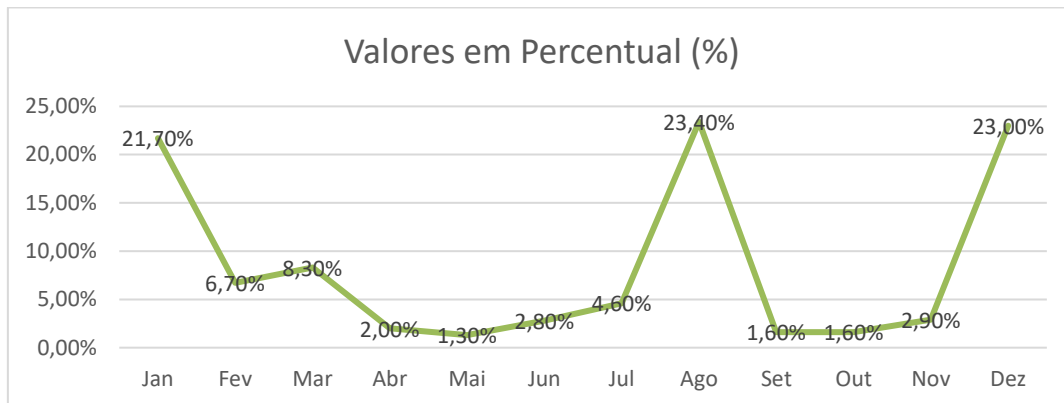
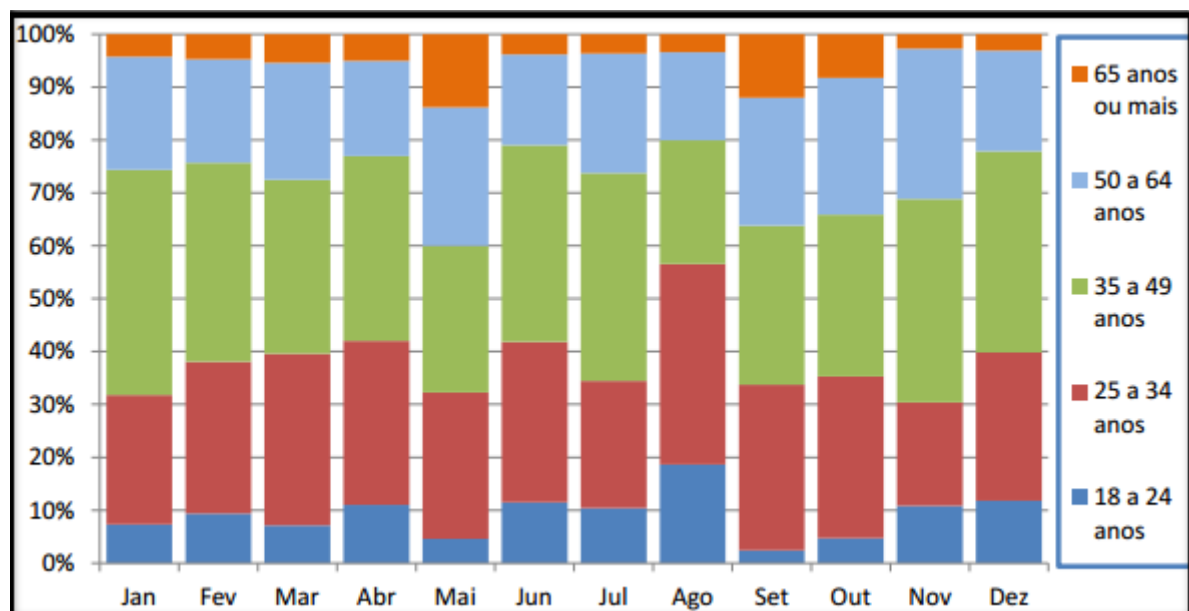


Gráfico 05 – Época do ano em que costuma viajar, por faixa etária



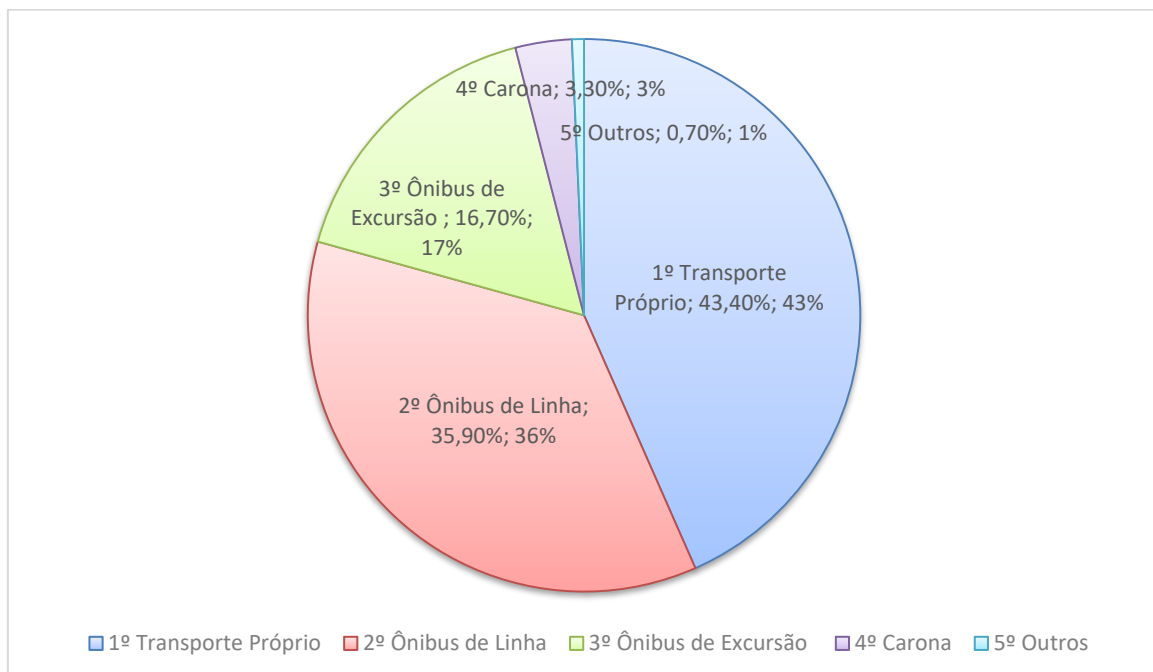
Igualmente considerando os meses com maior incidência de viagens, percebeu-se forte movimentação em todas as categorias pesquisadas. Entretanto, enquanto a categoria representada pelos turistas com mais de 65 anos apresenta volume considerável de viagens durante o ano todo, as demais faixas etárias têm seu fluxo reduzido nos meses de média e baixa temporada.

1.8 Transporte

De acordo com os turistas pesquisados, o transporte próprio foi o meio mais utilizado para ida a Castilho, alcançando o índice de 43,3%.

Tabela 07 – meio de transporte utilizado para chegar a Castilho

Residência Permanente	Transporte (%)					Total
	Automóvel	Ônibus de Linha	Ônibus de Excursão	Carona	Outros*	
Cidades da região	51,2	3,7	25,4	18	1,7	100
Região de Três Lagoas - MS	57,8	4,7	34,8	2,7	0	100
São Paulo Capital	48	34,8	15,3	0,9	1	100
Noroeste e Norte / SP	11,5	60,5	27,4	0	0,6	100
Oeste e Sudeste / SP	3,4	69,9	26,2	0	0,5	100
Centro Oeste / BR	49,7	33,5	15,5	0,6	0,7	100
Nordeste / BR	82	6,8	10,6	0,6	0	100
Norte / BR	82,3	8,1	4,8	4,8	0	100
Sudeste / BR	64,2	20,6	14,1	0,4	0,7	100
Sul / BR	23	59,4	16,8	0,3	0,5	100
Brasil	52,1	32,3	14,4	0,6	0,6	100

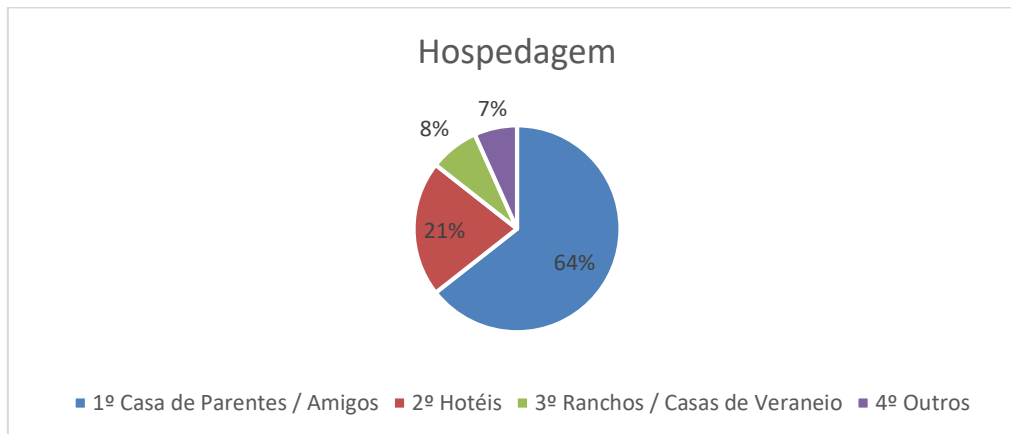


Em relação ao uso do transporte para chegar a Castilho, identificou-se uma maior preferência pelas viagens de automóvel, com percentual de 43,4% do total de turistas entrevistados, sendo estes representados, principalmente, por aqueles procedentes do Estado de São Paulo.

1.9 Hospedagem

Em relação ao meio de hospedagem utilizado, identificou-se maior preferência por casa de parentes/amigos, com 64,4% de expressividade.

Gráfico 6 – Meio de hospedagem utilizado para chegar a Castilho



Daqueles que optaram por casas de parentes/amigos destacam-se os visitantes da região Sudeste do Brasil, com 30%. A segunda modalidade de hospedagem na preferência dos turistas foi hotéis, alcançando o índice de 21%.

Tabela o8 – Meio de hospedagem utilizado para chegar a Castilho

Residência Permanente	Meios de Hospedagem %			
	Casa de parentes/amigos	Hotel	Ranchos / Casas de veraneio	Outros
Cidades da Região	0,3	2,2	0,7	5,4
Região de Três Lagoas - MS	1,4	2,4	0,7	1,8
São Paulo capital	9,5	11,6	6,6	12,5
Noroeste e Norte/SP	3,6	8,4	3,3	1,8
Oeste e Sudeste/SP	3,4	14,9	4,4	5,4
Centro Oeste / BR	4,6	4,4	4	0
Nordeste / BR	5,2	2,3	7,7	0
Norte / BR	1,7	1,7	2,6	0
Sudeste / BR	30	14,6	28,5	25
Sul / BR	16,3	20,3	17,5	16,1
Brasil	57,8	43,3	60,3	41,1



1.10 Tempo de permanência

O estudo identificou que os turistas apresentaram permanência média no destino de 3,6 dias em Castilho.

Tabela 9 – Tempo de permanência em Castilho

Residência Permanente	Etapas da Pesquisa (média em dias)		
	Média	baixa	Alta
Estado de SP	3,6	3	3,7
Minas Gerais	2,2	3,7	5,1
Mato Grosso do Sul	4,6	3,5	4,1
Paraná	3,7	2,5	3,3
Santa Catarina	2,4	2,7	3,3
São Paulo	3,1	3,2	4,2
Outros Estados	5,7	4,3	5
Brasil	3,6	3,2	4

1.11 Renda dos entrevistados

Considerado os ganhos individuais mensais, o estudo apontou como extrato mais significativo o dos entrevistados com rendimento entre R\$ 2.001,00 e acima de R\$ 5.001,00, com índice de 57,5%, enquanto 31,6% tem ganhos de até R\$ 2.000,00.

Tabela 10 – Faixa de renda dos turistas, segundo residência permanente

Residência	Faixa de Renda (valores em reais)					
	Até 500	501 a 1000	1001 a 2000	2001 a 3000	3001 a 5000	Acima de 5001
Permanente						
Cidades da região	4,4	65	23,9	23,9	23,9	6,5
Região de Três Lagoas - MS	4,4	13	39,1	0	21,7	8,7
São Paulo Capital	1,1	7,1	22,3	12,4	24,7	12,7
Noroeste e Norte / SP	0,8	14,2	26,9	24,6	13,4	7,5
Oeste e Sudeste / SP	1,8	17,5	22,8	15,8	19,3	8,8
Estado de SP	1,5	11,4	24	16,1	20,9	10,1
Centro Oeste / BR	2,2	7,5	24,8	15,8	21,1	12,8
Nordeste / BR	2,1	7,1	17,7	27	17	7,8
Norte / BR	2	4,1	18,4	12,2	20,4	18,4
Sudeste / BR	1,2	9,3	19,4	19,4	18,5	9,7
Sul / BR	1,4	14,1	23,6	18,1	17,9	7,2
Brasil	1,4	10,3	21	19,1	18,4	9,3

1.12 Gastos

Com relação aos gastos individuais realizados por turistas na cidade, identificou-se uma proximidade entre o montante gasto pelo turista residente no Sudeste do Brasil em relação àqueles oriundos das demais regiões, com gasto médio diário de R\$ 100,00 por dia.

Tabela 11 – Gasto médio diário do turista em Castilho

Residência	MÉDIO	Gasto Médio Diário Individual	
		BAIXA	ALTA
Cidades da região	83,78	88,04	76,76
Região de Três Lagoas - MS	44,1	46,34	40,4
São Paulo Capital	101,07	106,21	92,6
Noroeste e Norte / SP	82,05	86,23	75,18
Oeste e Sudeste / SP	62,73	65,92	57,48
Estado de SP	83,88	88,14	76,85
Centro Oeste / BR	109,53	115,1	100,35
Nordeste / BR	113,47	119,24	103,97
Norte / BR	96,41	101,31	88,34
Sudeste / BR	106,54	111,96	97,62
Sul / BR	96,31	101,21	88,24
Brasil	103,83	109,1	95,13

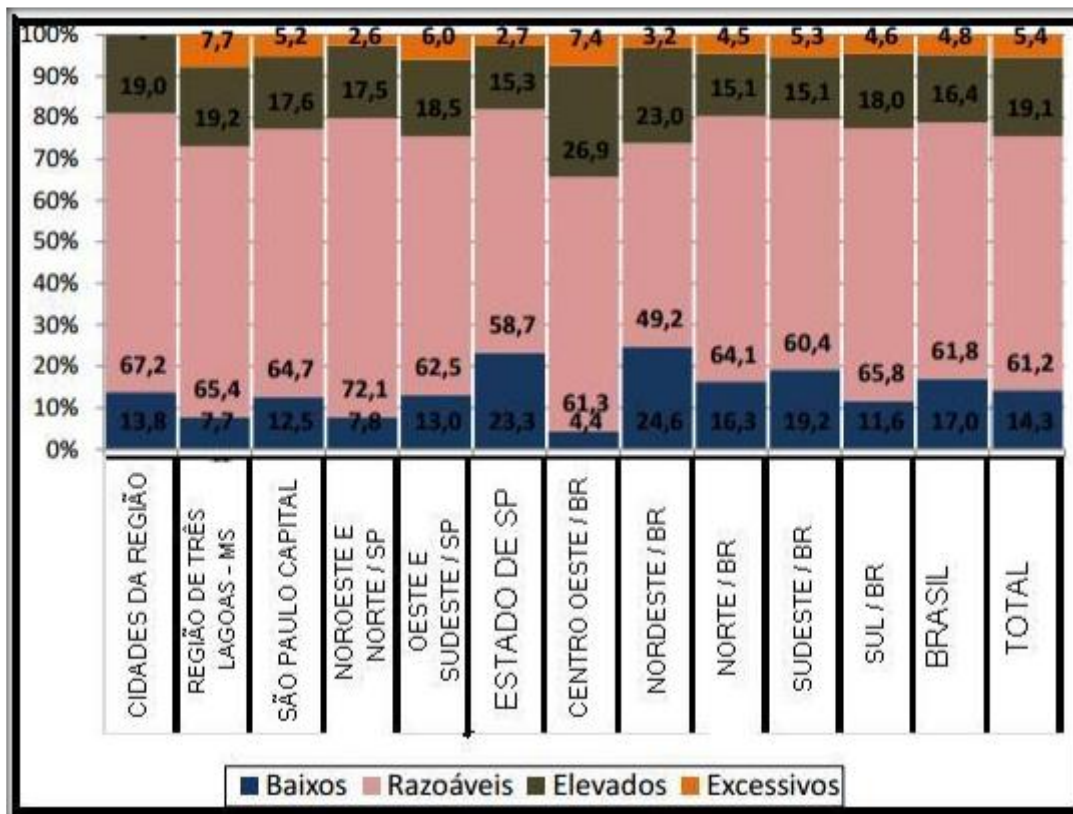
Enquanto residentes no Estado de São Paulo apresentam uma permanência média de 3,42 dias com gasto diário médio de R\$ 180,21, brasileiros residentes nos demais estados analisados permanecem em média 3,74 dias, com gasto diário de R\$ 217,45.

Quando a análise se dá na forma como os turistas realizam seus gastos, o estudo aponta um padrão entre os regionais e os demais. A comparação dos gastos realizados com lazer demonstra que os residentes na região, gastam menos, num valor de R\$ 53,50 por dia, enquanto os de outras partes do Estado de São Paulo, apresenta uma média de R\$ 88,27.

Tabela 12 – Média de gasto por tipo

PROCEDÊNCIAS	Média de gastor por dia / por pessoa (R\$)				
	Gasto Médio Total	Hospedagem	Alimentação	Lazer	Compras
Estado de SP	180,21	49,26	32,72	53,5	31,11
Minas Gerais	224,75	49,69	28,66	117,4	42,63
Mato Grosso do Sul	230,33	66,28	39,12	120,43	27,78
Paraná	212,69	55,73	36,13	70,16	28,67
Santa Catarina	202,14	52	31,88	49,82	35,09
São Paulo	211,8	53,72	35,27	91,02	33,06
Outros Estados	234,06	56,58	36,75	104,82	44,04
Brasil	217,45	55,27	35,18	88,27	35,11

Gráfico 7 – Avaliação dos preços praticados no destino visitado



Buscando saber qual a percepção do turista quanto aos valores de bens e serviços por ele demandados em Castilho, tendo por parâmetro os preços praticados na sua localidade de origem, identificou-se que, independentemente da forma de viajar, do motivo da viagem ou do meio de hospedagem utilizados, 61,2% dos entrevistados consideraram



razoáveis os preços praticados no destino, enquanto apenas 5,4% dos turistas julgaram tais preços excessivos.

1.13 Planejamento e frequência da viagem

Entre os residentes no Estado de São Paulo, a maioria, com 84,1% dos entrevistados, afirmou já ter visitado Castilho anteriormente. Também entre os turistas provenientes de outros estados brasileiros, o índice daqueles que informaram não ser esta sua primeira visita, chegou a 60,3%.

Tabela 13 – Frequência da visita

Residência Permanente	Frequência (%)	
	1a Vez	Não era a 1a vez
Cidades da Região	18,6	81,4
Região de Três Lagoas - MS	3,7	96,3
São Paulo Capital	19,9	80,1
Noroeste e Norte / SP	16,7	83,3
Oeste e Sudeste / SP	9,8	90,2
Estado de SP	15,9	84,1
Centro Oeste / BR	38,1	61,9
Nordeste / BR	55	45
Norte / BR	47,5	52,5
Sudeste / BR	47	53
Sul / BR	24	76
Brasil	39,7	60,3

Tabela 14 – Tempo de planejamento, frequência e período de viagem

Tempo de Planejamento de Viagem	Frequência e Etapa da Pesquisa						
	Frequência (%)			Etapa da Pesquisa (%)			
	1a Vez	Não era 1a vez	Total	Baixa	Média	Alta	Total
Mais de um ano	3,7	2,1	2,7	3,1	3	2,6	2,8
De 6 a 12 meses	14,3	7,3	10,2	6,1	10,8	11,4	10,2
De 3 a 6 meses	22,4	12,8	16,8	14,1	14,2	19,7	16,8
Menos de 3 meses	59,6	77,8	70,3	76,7	72	66,3	70,2

Dentre aqueles que visitam o destino pela primeira vez, 59,6% informaram ter planejado sua viagem com menos de 3 meses de antecedência, característica esta que chega a 77,8% entre aqueles que já haviam visitado o destino anteriormente.



Apenas 2,7% dos turistas entrevistados planejaram a viagem para Castilho com mais de um ano de antecedência.

1.14. Atendimento à expectativa, retorno e indicação

Buscando qualificar a experiência do visitante e identificar sua percepção em relação à cidade de Castilho, o estudo demonstrou que 57,8% dos turistas tiveram suas expectativas atendidas, 34,2% tiveram expectativas superadas, enquanto 1,7% dos entrevistados informados haver se frustrado com a viagem realizada.

Tabela 15 – Expectativas do turista

Residência	Expectativas (%)			
	Superou	Atendeu	Atendeu em parte	Frustou
Permanente				
Cidades da Região	17,9	74,4	5,1	2,6
Região de Três Lagoas - MS	15,8	68,4	10,5	5,3
São Paulo Capital	25,9	65	6,6	2,5
Noroeste e Norte / SP	24	69,4	6,6	0
Oeste e Sudeste / SP	18,3	68,6	9,8	3,3
Estado de SP	22,6	67,7	7,5	2,2
Centro Oeste / BR	30,7	63	6,3	0
Nordeste / BR	41,7	50	7,6	0,7
Norte / BR	37,5	57,1	3,6	1,8
Sudeste / BR	36,7	57	5,2	1,1
Sul / BR	22,1	68,2	7,1	2,6
Brasil	32,2	60,3	6	1,5

Tendo os entrevistados sido questionados se indicariam a cidade para outras pessoas e se retornariam ao destino, identificou-se que 96,8% recomendariam Castilho e 89,3% tinham a pretensão de retornar futuramente.

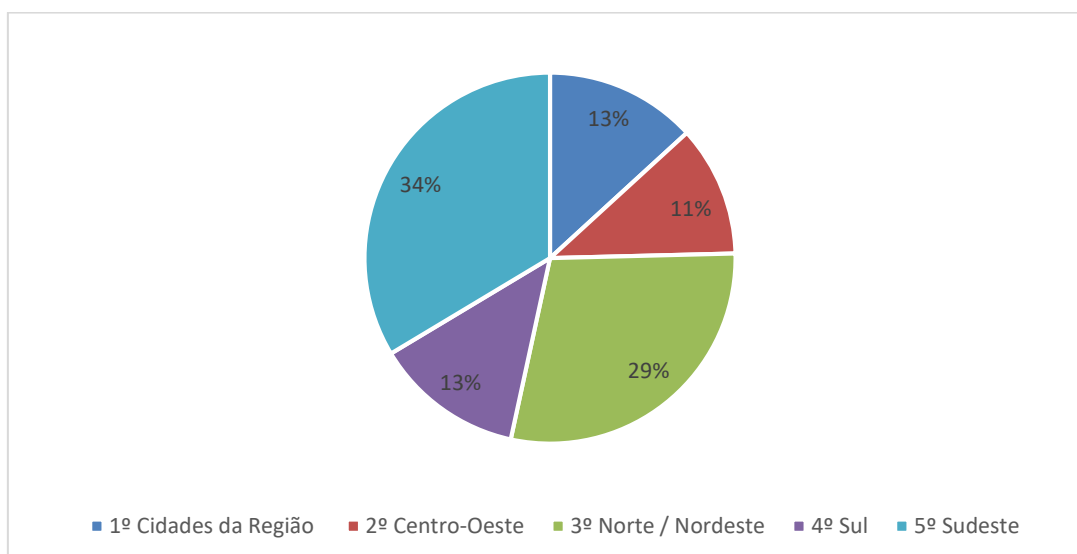
Tabela 16 – Turistas que indicariam e/ou retornariam a Castilho

Residência	Indicação e Retorno					
	Indicaria (%)			Retornaria		
	Sim	Não	Talvez	Sim	Não	Talvez
Permanente						
Cidades da Região	94,7	5,3	0	98,2	0	1,8
Região de Três Lagoas - MS	96,2	0	3,8	96,2	3,8	0
São Paulo Capital	98,5	1,5	0	96	1,5	2,5
Noroeste e Norte / SP	96,2	2,6	1,2	96,1	1,3	2,6
Oeste e Sudeste / SP	95,6	3,4	1	99	0	1
Estado de SP	96,9	2,5	0,6	97	1	2
Centro Oeste / BR	98	2	0	93,9	0,7	5,4
Nordeste / BR	96,2	3,2	0,6	89,9	6,9	3,2
Norte / BR	96,7	3,3	0	90	6,7	3,3
Sudeste / BR	98,2	1,2	0,6	92,3	3,5	4,2
Sul / BR	95,9	2,6	1,5	95	2,6	2,4
Brasil	97,2	1,9	0,9	93	3,4	3,6

1.15 Atrativos

Considerando os atrativos turísticos existentes em Castilho e sua potencialidade em relação ao lazer, o estudo identificou que 63,1% dos turistas visitaram atrativos durante a permanência em Castilho, sendo tal grupo composto, principalmente, por turistas estrangeiros e turistas residentes na região Sudeste do Brasil, como 33,6% e 28,9%, respectivamente.

Gráfico 08 – Visitantes dos atrativos segundo a procedência





Na análise por região de residência, observou-se que 84,0% dos turistas do Estado de São Paulo e 63,5% dos turistas que residem em outras regiões brasileiras, visitam algum atrativo do destino. Já os residentes na região, apenas 38,1% dos entrevistados realizam visitas aos atrativos.

Tabela 17 – Visita aos atrativos, segundo residência permanente

Residência	Visita a Atrativo	
	Sim	Não
Permanente		
Cidades da Região	38,6	61,4
Região de Três Lagoas - MS	22,2	77,8
São Paulo Capital	48,2	51,8
Noroeste e Norte / SP	38,4	61,6
Oeste e Sudeste / BR	23,4	76,6
Centro Oeste / BR	56,9	43,1
Estado de SP	38,1	61,9
Nordeste / BR	76,9	23,1
Norte / BR	68,3	31,7
Sudeste / BR	70,6	29,4
Sul / BR	49,9	50,1
Brasil	63,5	36,5

Dentre os atrativos turísticos visitados, destacaram-se a Festa do Pescador, Praça Lizete Bispo dos Santos e Ranchos do Rio Paraná.

Quadro 01– Atrativos visitados em Castilho

Atrativos	Visitantes
Festa do Pescador	300
Praça Lizete Bispo dos Santos	300
Rio Paraná (Ranchos)	300
Parque Estadual do Aguapeí	225
Usina Jupιά	225
Represa Jupιά	02



1.16 Infraestrutura

Na avaliação da infraestrutura turística e urbana de Castilho, 23,5% dos entrevistados a consideraram ótima, 59% boa, demonstrando, de modo geral, uma avaliação positiva da infraestrutura existente na cidade.

Tabela 18 – Avaliação da infraestrutura turística e urbana

Residência	Avaliação (%)			
	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Permanente				
Atendimento Médico	20,9	60,4	14,1	4,6
Atendimento na Rodoviária	9,6	50	30,9	9,5
Bares e Restaurantes	23,1	63,6	11,2	2,1
Comércio	17,2	64,1	14,2	4,5
Comunicação (telefonia, correios)	15,9	60,1	14	10
Diversão Noturna	26,8	53,4	15,1	4,7
Hospitalidade da comunidade	39,9	54,6	4,5	1
Informações Turísticas	30,6	57,6	7,3	4,5
Limpeza Pública	23,2	56,6	15,1	5,1
Rodovias de Acesso	23,9	63,7	9,1	3,3
Segurança Pública	18,8	57,9	16,2	7,1
<i>Serviços de Hotel</i>	<i>38,3</i>	<i>48</i>	<i>11,1</i>	<i>2,6</i>
<i>Sinalização Urbana</i>	<i>20,4</i>	<i>66,3</i>	<i>9,9</i>	<i>3,4</i>
Sinalização Turística	22,9	64,2	94	3,5
Serviço de taxi	28,2	58,6	9	4,2
Vias Urbanas	18	65,5	12,9	3,6



2. Destinos turísticos da região – concorrentes

É preciso pensar Castilho como um destino, capaz de atrair maior fluxo turístico para a cidade e, para isso, faz-se necessário conhecer as cidades que possam ser as competidoras ou concorrentes no processo de escolha dos turistas.

Tendo em vista que Castilho está localizada às margens da Rodovia Marechal Rondon e do Rio Paraná, outras cidades próximas também possuem as mesmas características, necessitando que o Município de Castilho invista de maneira consolidada no turismo de pesca e ecoturismo tão presente, sendo fator primordial na estruturação de políticas públicas voltadas para a gestão turística local.

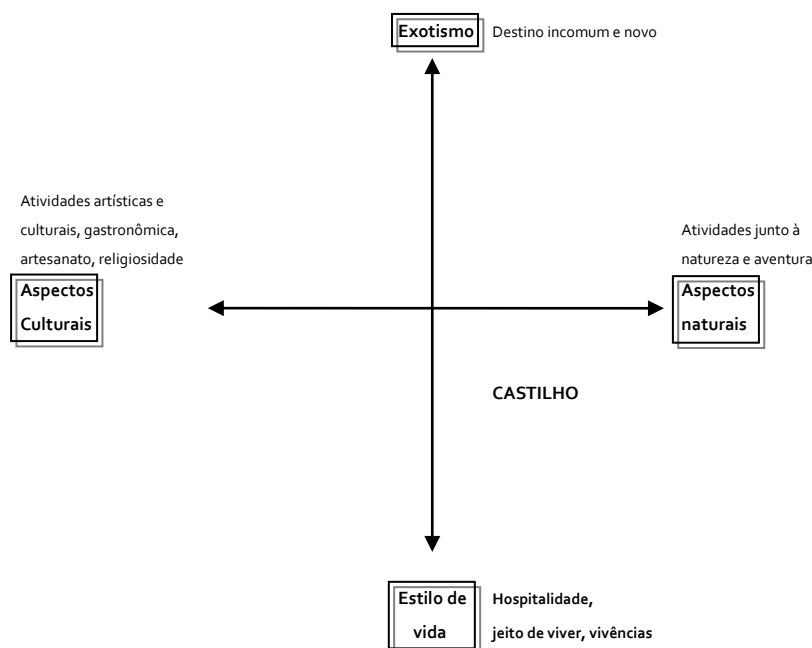
No Estado de São Paulo, o turismo náutico e de pesca encontra-se forte ligação com os Municípios de Santa Fé, Rubinéia, Santa Clara D'Oeste, Mesópolis, Sud Mennucci, Indiaporã, Mira Estrela, Cardos, e Pontes Gestal, Jales e Valentim Gentil.

3. Posicionamento de Castilho

O posicionamento reflete à imagem turística que Castilho é percebida pelas pessoas. É ferramenta fundamental para consolidação da cidade no mercado turístico, bem como a relação e diferenciação sobre os concorrentes. Com base no levantamento de dados e análise é possível perceber que o posicionamento atual de Castilho está associado às atividades ligadas à Festa do Menino da Tábua.

O diagnóstico mostrou que o município possui potencial para atrativos nos segmentos náutico, de pesca e de ecoturismo, assim, reposicionando a cidade e a diferenciando dos principais competidores, tendo o posicionamento pretendido. Baseado em SEBRAE (2015), apresenta-se o quadro de posicionamento para o Município de Castilho e dos principais concorrentes:

Figura 02 – Posicionamento de Castilho





4 Análise da publicidade e promoção

Para CHIAS (2007), a comunicação pode ser entendida como a emissão de informação sobre o produto em que a cidade emite e o mercado recebe. É uma ferramenta de marketing para tornar o destino conhecido ao público, se utilizando de diferentes estratégias e mídias para se atingir o público-alvo.

Para esta análise foram consideradas informações obtidas em campo, bem como pesquisas via internet e outros meios como materiais já publicados pela Prefeitura de Castilho e/ou iniciativa privada de grande relevância, além das mídias digitais.

4.1 Publicidade institucional

Existe na estrutura atual da prefeitura um funcionário para tratar de assuntos de marketing e comunicação, porém constatou-se uma baixa produção de materiais, sendo:

- **Peças gráficas impressas:** apenas um panfleto apresentado de campanha para cuidados na água, não apresentando nenhuns materiais gráfico ligado à promoção do destino;
- **Mídia espontânea:** já foram feitas algumas reportagens de veículos de comunicação da região, tanto televisivo quanto em rádio, enfatizando a pesca e outros atrativos no município.

4.2 Análise da promoção na internet

A internet se tornou ferramenta muito importante na busca de informações sobre os destinos turísticos, sendo que os resultados refletem o posicionamento web da localidade. Assim, optou-se por algumas ferramentas importantes na internet, sugerindo os seguintes resultados:

- Com relação a busca pelo termo "Castilho turismo" no Google (líder absoluto em buscas no mundo) aponta 572.000 resultados sendo os primeiros sites ligados à prefeitura, seguidos de notícias regionais e de sites especializados em turismo.
- O site oficial da prefeitura não aponta de forma clara as informações relacionadas ao turismo na cidade.
- Na rede social Facebook, os termos de busca "Castilho" e "Castilho turismo" são relacionados à pagina da Prefeitura.



5. Conclusão

A tabulação e descrição dos dados fornecidos retratou o perfil do visitante, que permitirá orientar ações de planejamento, no sentido de otimizar os recursos já utilizados e colocar em prática os potenciais, segmentar o mercado, e da mesma forma com a divulgação do destino, sendo a mesma destinada aos polos emissores reais e os potenciais. Bem como dirigir ao trade para proceder com o atendimento à satisfação total do cliente.

Os dados ainda fornecem números de visitantes e seus gastos. Com o mercado turístico cada vez mais competitivo, composto por uma infinidade de produtos que tentam atender a demanda heterogênea e cada vez mais crítica, e concorrências acirradas entre destinos, este é um panorama que pode ser considerado simplista, mas não irreal.

Anualmente, aproximadamente 18 mil turistas visitam Castilho que dormem em casa de parentes (64%) seguidos nos meios de hospedagem – hotéis e pousadas (21%). O perfil atual do turista possui idade de 35 a 49 (37,6%) e viaja com a família (49,9%), que visita a cidade pela primeira vez (60,3%), mora no Estado de São Paulo (52,5%) e pernoita em média 3,6 noites na cidade.

A grande maioria vem busca da pesca e lazer (49%) com transporte próprio (43,3%). Possui uma renda média de R\$ 2.001,00 a R\$ 5.001,00 (57,5%) e visitaram outros atrativos no município (63,1%). Os meses de maior visitação em Castilho são Janeiro, Julho e Dezembro para viagem a lazer sendo que a maioria retornariam ao município (89,3%) os quais consideraram a infraestrutura urbana como ótima e boa (82,5%).

E estas são apenas algumas das razões pelas quais o planejamento turístico apoiado pelo estudo da demanda se faz necessário. Conhecer o público alvo faz atraí-lo com eficiência e em sua estadia no destino, e atender, ou mesmo superar, as suas expectativas pode ser a chave do sucesso e consolidação das localidades turísticas.

Castilho (SP), 10 de fevereiro de 2018.

APARECIDA DE FÁTIMA GAVIOLI NASCIMENTO

Prefeita

SIDNEI CARLOS SANTOS BONFIM FERREIRA

Presidente COMTUR



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência Senado. **Turismo Movimenta cerca de US\$ 5 trilhões no mundo.** Disponível em: < <http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2007/09/27/turismo-movimenta-cerca-de-us-5-trilhoes-no-mundo-diz-adelmir-santana-22979676>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo: fundamentos e dimensões.** São Paulo: São Paulo: Editora Ática, 1998, 8ª ed.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo.** 8. ed. São Paulo: SENAC, 2003. 517 p.

BEZERRA, M. M. O. **Estratégias de desenvolvimento do turismo:** Em busca de uma tipologia IN: Economia e Sociedade: Campinas, 2006.

BOULLÓN, R. C. Planejamento do espaço turístico. Tradução: Josely Vianna

BRAGA, H Gustavo. Ministério do Turismo. **Turismo movimenta R\$ 492 bilhões no Brasil.** Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/957-turismo-movimenta-r-492-bilhoes-no-brasil.html>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

Brasil, 1996. Cap. 6, p.291-336.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Ecoturismo: orientações básicas.** 2. ed. – Brasília, DF, 2010. 90p.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Inventário da Oferta Turística / Ana Clévia Ribeiro** (Coordenadora) – Brasília (DF), 2011.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Marcos Conceituais** – Brasília (DF), 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo.** Disponível em: http://www.turismo.gov.br/images/pdf/plano_nacional_2013.pdf. Aceso em 25 ago. 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo: marcos conceituais.** Brasília, DF, s/d, 56 p.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas.** 3. ed. Brasília, DF, 2010,. 96p.

BRASIL. Decreto Federal nº 7.381, de 02 de dezembro de 2010. **Regulamenta a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo**



ao setor turístico, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7381.htm. Acesso em: 10 ago. 2017.

BRASIL. Lei Federal nº 11.711, de 17 de setembro de 2008. **Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 10 ago. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo.** Brasília, 2013.

BRASIL. **Portal do Ministério do Turismo.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em 15 ago. 2017.

CARMO, L. A. **O desenvolvimento do turismo local: A importância da informação como fator de potencialização turística.** PRETEXTO, v. 7, n. 1, p. 63-68. Belo Horizonte, 2006.

CARNEIRO, Edivasco; OLIVEIRA, Sofia Araujo; CARVALHO, Karoliny Diniz. **Turismo Cultural e Sustentabilidade: uma relação possível?** v.4, n. 1, p.16-17, 2010.

CASTRO, Regiane Campos; MENDONÇA, Arminda. **A importância dos recursos/atrativos naturais e artificiais.** Revista eletrônica Aboré. ed. 5 p. 04, 2010.

CEPAGRI METEOROLOGIA – Unicamp – **Clima dos Municípios Paulista.** Disponível em: < http://www.cpa.unicamp.br/outras-informacoes/clima_muni_624.html>. Acesso em: 14 de ago. de 2017.

CHRISTOFOLETTI, A. **Geomorfologia.** São Paulo: Edgard Blücher, 1974.

CHRISTOFOLETTI, A. **A Teoria dos Sistemas.** Boletim de Geografia Teorética,

CHRISTOFOLETTI, A. **Análise de Sistemas em Geografia:** Introdução. São Paulo:

CHRISTOFOLETTI, A. **Aplicabilidade do conhecimento geomorfológico nos projetos de planejamento.** In: GUERRA, A. J. T.; CUNHA, S. B. Geomorfologia: uma atualização de bases e conceitos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. Cap. 11, p.

CHRISTOFOLETTI, A. **Modelagem de Sistemas Ambientais.** São Paulo: Edgard



CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DO VALE DO PARANAPANEMA (CIVAP). **Plano de Desenvolvimento Regional e Local dos Municípios do Vale do Paranapanema**. Assis (SP), 2014.

CORIOLOANO, L.N.M.T. Bases Conceituais do Desenvolvimento e do Ecoturismo. In **Turismo e Ambiente: Temas Emergentes**. Queiroz, O.T.M.M. São Paulo, 2006.

CUNHA, S. B. (orgs.). Geomorfologia e Meio Ambiente. Rio de Janeiro: Bertrand de São Paulo. São Paulo: IPT, 1981a.

DEOTONI, S. F.; IMBERNON, R. A. L.; ROCHA, Y. T. **Caracterização geomorfológica da Região da Serra do Boturuna, Estado de São Paulo**. Revista de Geografia, v. especial VIII SINAGEO, n. 3. Universidade Federal de Pernambuco: Recife, 2010

DIAMANTINA (MG). **O Estudo da Demanda Turística de Diamantina e sua Relação com o Marketing de Destinos como Instrumento de Fomento do Turismo Local**. Disponível em: <http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/O-Estudo-da-Demanda-Tur%C3%ADstica-de-Diamantina-e-sua-Rela%C3%A7%C3%A3o-com-o-Marketing-de-Destinos-como-Instrumento-de-Fomento-do-Turismo-Local.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2017.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia empírica do Lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979. Estado de São Paulo. São Paulo: IPT, 1981b.

GOIÁS. Agência Estadual de Turismo (GOIÁS TURISMO). **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo de Negócios e Eventos em Goiás (PDITS) – Polo de Negócios e Eventos 2012**. Disponível em: <http://www.goiasturismo.go.gov.br/download/plano-de-desenvolvimento-integrado-do-turismo-sustentavel-polo-de-negocios-e-eventos-2012>. Acesso em: 20 ago. 2017.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO – Secretaria de Logística e Transportes. **Aeroportos – Castilho**. Disponível em: <http://www.daesp.sp.gov.br/aeroporto-detalhe/?id=897>. Acesso em: 14 ago 2017

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO – **Secretaria de Turismo**. Disponível em: http://www.turismo.sp.gov.br/publico/busca_noticia.php?termo=circuitos-turisticos.html Acesso em: 14 ago 2017.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO - **Segurança Pública nos Municípios Paulistas**. Disponível em: < <http://www.ssp.sp.gov.br/midia/Midia/00000189.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2016.

GRELLA, Ronei Dione. **Análise do impacto do Projeto Vai Brasil nas operadoras turísticas** [trabalho de conclusão de curso]. Piracicaba: Universidade Metodista de Piracicaba, Curso de Turismo; 2007.

GRELLA, Ronei Dione. **Análise do impacto do Projeto Vai Brasil nas operadoras turísticas** [trabalho de conclusão de curso]. Piracicaba: Universidade Metodista de Piracicaba, Curso de Turismo; 2007.

Hucitec, 1979.

CASTILHO (SP). Lei Complementar Municipal nº 088, de 29 de dezembro de 2010. **Institui o Plano Diretor de Castilho e dá outras providências.**

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira

INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS (IPT). **Mapa Geológico do Estado**

INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS (IPT). **Mapa Geomorfológico do Município de Castilho.**

LUCAS, S. de M.. **Turismo Cultural no Vale do Paraíba**. Uma exposição histórica. In: 2º CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL. 2000, Piracicaba. Anais... Piracicaba, 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados do Turismo Brasileiro**. Disponível em:< http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Cartilha-Dados_Turismo-15x21-web.pdf>. Acesso em: 14 ago 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados e Fatos. Estatísticas e Indicadores**. Disponível em: < <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br>> Acesso em: 14 ago 2017,

PEREIRA BARRETO (SP). **Plano Diretor de Turismo**. Disponível em: <http://www.pereirabarreto.sp.gov.br/planodiretordeturismo.html>. Acesso em: 12 ago. 2017.

PIRACICABA (SP). **Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Piracicaba**. Disponível em: http://www.setur.piracicaba.sp.gov.br/website/images/downloads/small_pddt_piracicaba.pdf. Acesso em: 10 set. 2017.

PIRENÓPOLIS (GO). **Plano Municipal de Turismo de Pirenópolis (GO) 2012-2016**. Disponível em:



http://www.pirenopolis.gov.br/uploads/2013/05/Plano_municipal_turistico_de_Pirenopolis.pdf. Acesso em: 21 ago. 2017.

ROSANA. **Diagnóstico Turístico do Município de Rosana (SP)**. Disponível em: <http://www.rosana.sp.gov.br/diagnostico-turistico/DIAGNOSTICO-TURISTICO-ROSANA.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2015.

ROSE, A.T. Turismo, Planejamento e Marketing. São Paulo: Manole Ltda.,

ROSS, J. L. S. **Ecogeografia do Brasil**: subsídios para planejamento ambiental.

ROSS, J. L. S. **Geomorfologia aplicada aos EIAs-RIMAs**. In: GUERRA, A. J. T.;

ROSS, J. L. S. **Geomorfologia**: ambiente e planejamento. São Paulo: Contexto,

ROSS, J. L. S.; MOROZ, I. C. **Mapa Geomorfológico do Estado de São Paulo**.

RUSCHMANN, D. van de M. Turismo e desenvolvimento sustentável: a

SÃO PAULO (Estado). **Portal da Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo**.

Disponível em: <http://www.turismo.sp.gov.br>. Acesso em: 15 ago. 2015.

SÃO PAULO (Estado). **Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Município de Interesse Turístico**. São Paulo (SP), 2016.

SÃO PAULO (SP). **Plano de Turismo Municipal 2015-2018**. Disponível em: <http://imprensa.spturis.com.br/wp-content/uploads/downloads/2015/06/platum-2015-2018.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2017.

São Paulo: **FFLCH-USP/IPT/FAPESP**, 1997.

São Paulo: **Oficina de Textos**, 2006.

SEADE. **Informações dos Municípios Paulistas**. Disponível em: <http://www.imp.seade.gov.br/> 2017. Acesso em 25 Set 2017.

SEADE. **Portal de Estatísticas do Estado de São Paulo**, 2017.

SEBRAE. **Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável na Lapa**, 2015.

SILVA, V. E.; ALVES, L. M. **Gestão Pública do Turismo**: Análise e Profissionais. Publicado no Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo, v.5, nº 6, p. 155 – 174: Curitiba, 2016.

STIGLIANO, BEATRIZ V. e CÉSAR, PEDRO A. B. **Inventário Turístico**. Ed. Alínea. Campinas, 2006.

TRIGO, L. G. G. **Turismo básico**. 3. ed. São Paulo: SENAC, 1999.



TÁCITO Consultoria Ambiental e Turística

UNESCO. **Recomendação para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial.** Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MATO GROSSO DO SUL (UFMS) / FUNDAÇÃO CÂNDIDO RONDON (FCR). **Proposta de elaboração do estudo da cadeia produtiva do turismo em Mato Grosso do Sul: relatório final.** Campo Grande: FAPEC, SEBRAE MS, Fundação Cândido Rondon, 2006.

UNWTO – **World Tourism Barometer. International Tourism continues to grow above average in the first four months of 2016.** Disponível em: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_04_july_excerpt_.pdf>. Acesso em: 14 ago 2017.

VALLS, Josep-Francesc. **Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis.** Tradução: Cristiano Vasques e Liana Wang. 1.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p. 232.